

# 放送グループの検討状況

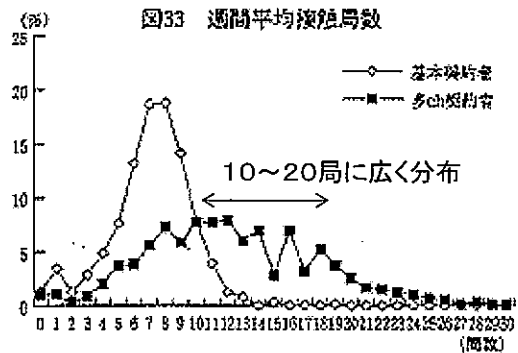
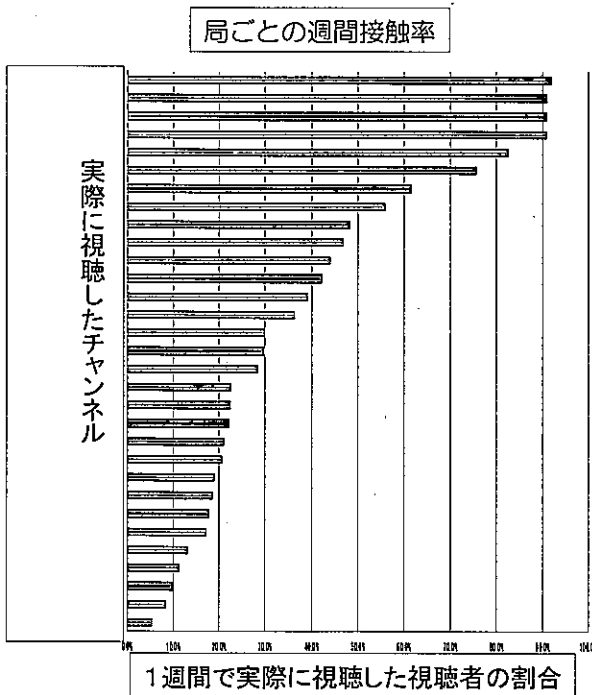
2007. 3. 26

放送グループ

1

## ユーザーニーズ調査結果

(NHK調査)



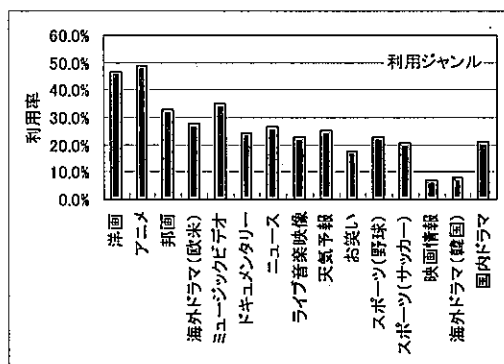
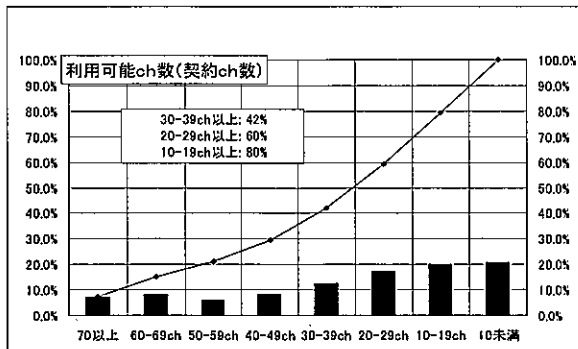
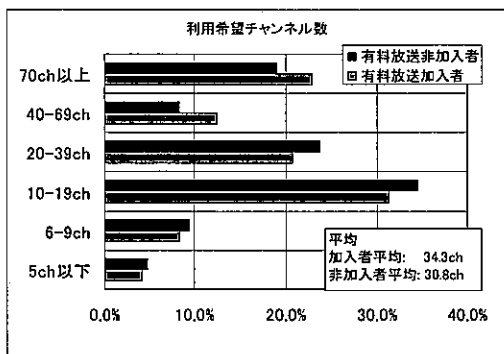
1割以上の視聴者が1週間で28チャンネルに接触。  
 また、1人の視聴者が1週間のうち実際に見たチャンネル数は、

- ・ 基本契約者は8局前後に集中
- ・ 多チャンネル契約者は10~20局に広く分布

多チャンネル化により、視聴行動が変化することから、視聴者の多チャンネル化に対する潜在的ニーズはある。

# ユーザーニーズ調査結果

(スカイパーフェクトコミュニケーション調査)

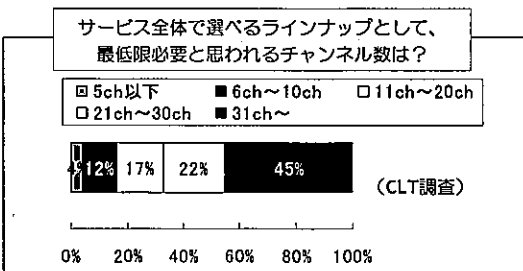
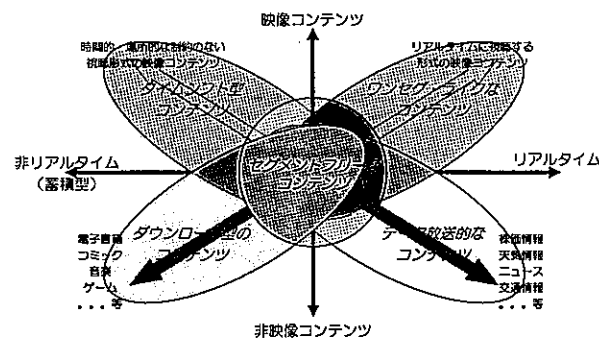
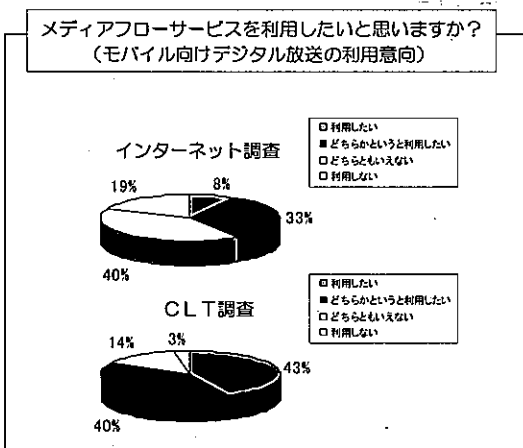


多チャンネルテレビサービスに対する市場調査結果より、契約者あたりのニーズは約20~30チャンネル以上。  
嗜好ジャンルは10以上と幅広く分布している。

Slide 3

# ユーザーニーズ調査結果

(メディアフロー・ジャパン調査)



■ 今回の調査では、一個人としての多チャンネル視聴ニーズとしては、いずれも20~30チャンネル程度は潜在的に存在しているとの結果が読み取れる。  
■ デモグラフィックによるマーケットセグメントや、提供コンテンツに関するセグメントを考慮すると、上記のような個人の視聴ニーズを広くカバーすることにより、デジタル放送(マルチメディア放送・デジタルラジオ)の市場規模を最大化することが可能となる。  
■ 多様なマーケットセグメント及び提供コンテンツセグメントを考慮すると、少なくとも一個人ニーズの4~5倍程度の潜在需要を想定することが可能。  
■ これにより、80~150ch程度、すなわち少なくとも100ch程度のコンテンツを提供しうるだけの帯域が必要となると想定される。

Slide 4

# 地域情報提供のニーズ

- 非常災害時には、輻輳のない放送形態が有効
  - ◆ 既存放送局は、災害対策基本法、及び、国民保護法に基づき、都道府県知事から「指定地方公共機関」として指定されている。
- 災害状況や避難所の情報等、地域に密着したきめ細かな情報提供が必須。
  - ◆ 移動体、携帯端末向けの放送サービスは、災害時の情報提供に威力を発揮。
  - ◆ 地域の住民が、必要な情報を、いかなる状況においても提供するために、地域に密着した情報提供が必須。
- 車載端末に向けた交通情報の提供
  - ◆ 提案する放送サービスは、車載端末に向けた情報提供も視野に入れており、これらは、地域ごとに詳細な情報の提供が必須。
- 外出時のニーズに沿った街角情報の提供
  - ◆ 携帯端末に向けた、観光案内、ショッピング、食事等、地域ごとの街角情報はニーズが高い。

地域情報の提供のためには、隣接県での干渉妨害を防ぐため異なる周波数を利用することが必要。  
 ⇒ 同一地域で必要となる帯域幅に対し、より多くの帯域が必要となる。

Slide 5

## ニーズに応える具体的なサービスラインナップ例

ニュース／報道	国内外の各種ニュース (災害、政治、経済、天気等)
スポーツ	野球、サッカー、ゴルフ等
情報／ワイドショー	芸能、ファッション、グルメ、暮らし、生活情報等
ドラマ	国内外の各種ドラマ
音楽	クラシック、ロック、ジャズ等
バラエティ	クイズ、ゲーム他各種バラエティ
映画	洋画、邦画
アニメ	国内外の各種アニメ、特撮等
ドキュメンタリー	歴史、自然、社会、時事等
教養	カルチャー、文化等
劇場／公演	現代・新劇、ミュージカル、ダンス・バレエ、落語・歌舞伎等
趣味／教育	囲碁将棋、語学講座等
：	：

- ・ 音声によるリアルタイムニュース専門チャンネル
- ・ 文字や図形を用い、電子雑誌的なニュース
- ・ 動画を用い、最新のニュースを常に放送  
(ダウンロードによる放送も効果的)
- ・ 地域に密着した詳細なニュース  
(ローカル、リアルタイム、ダウンロード)
- ・ 交通情報を中心としたリアルタイムニュース  
(車載端末に向けた情報提供、ローカル・広域)
- ・ 文字や図形を用い、音声によるニュース解説  
(トピックを選択しダウンロード)
- ・ 社会人に向けた経済ニュースや株式市況を、パソコン等に向けデータを利用して放送
- ・ 学生(小中学生)に向けた分かりやすいニュース  
(図形を交え社会事象をわかりやすく提示)

放送するコンテンツに応じ、音声、文字、図形、動画、データなどを使いわかりやすく提示。  
 また、地域性、受信形態や利用シーンに即したコンテンツ、利用者の年齢や生活条件に応じユーザーに最も適したコンテンツを提供。

不特定多数をターゲットとする放送形態の場合、多様なラインナップを取り揃えることでユーザーニーズに応える。

Slide 6

# 検討対象サービスの事業性

## ■ 海外事例—Verizon Wireless（米国）の例

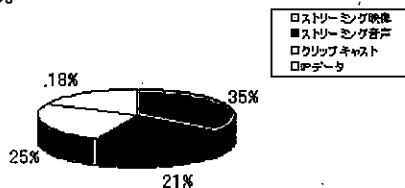
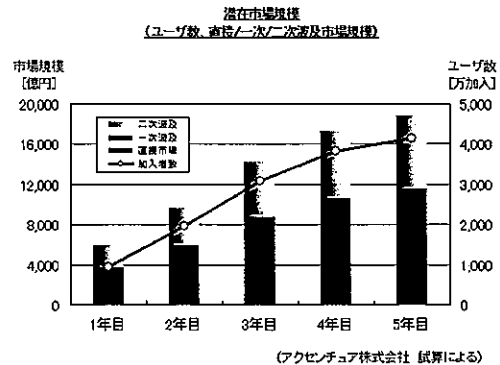
- 3月1日よりサービスを開始
- MTV、NBC、CBS、Fox、ESPN等がサイマル放送やタイムシフトによる番組を提供中。
- 月額料金は\$10・\$15程度（契約内容等に依存）

■ 放送グループで検討を進めているコンテンツの提供形態については、現行のワンセグ・3セグ的なリアルタイムの映像・音声コンテンツ配信だけではなく、蓄積配信やデータ放送等々、様々なマルチメディアコンテンツの配信を想定している。

■ メディアフロージャパン企画株式会社による調査結果をみると、必ずしも現行のワンセグ・3セグ的なリアルタイム配信だけではなく、さまざまな配信形態に対してユーザー受容性があることが判明している。

■ このようなことから、現在の検討前提となっている30MHz±5MHz（ガードバンド含む）の範囲内の工夫により、ユーザーニーズへの適用を検討することは可能と想定している。

■ メディアフロージャパン企画株式会社が行った市場調査結果（調査委託先：アクセントチュア）によると、約50種類程度のイメージ想起可能なコンテンツの中から、被験者の自由選択による10チャンネルのパッケージを選択した場合の価格受容性は約900円程度、また、その場合の潜在的な市場規模は次のような結果となった。



Slide 7

# 放送グループの検討結果

- 多チャンネル放送に対するユーザーニーズ調査の結果、ユーザー1人あたり20~30種類の番組ニーズがあることが分かった。
- 移動体・携帯端末への放送サービスであることから、よりパーソナル化、多様化のニーズがあること、また、多数のユーザーに同時にサービスする放送形態を考慮すると、放送全体として100種類のニーズがあると考えられる。
- 放送の公共性から災害報道は必須であり、地域放送の実施は不可欠である。地域放送を実施するためには、隣接地域での干渉を排除するため、より多くの周波数が必要となる。
- これらニーズを踏まえ、具体的なサービスラインナップ、および有料事業の調査検討から潜在市場があること、また無料放送とあわせ、100種類のサービスを提供する事業が成立しうると考える。
- また、既に実用化試験放送を実施している事業者がいることや、各種企画会社が設立され、新規放送サービスの検討を進めているなど、放送を実施したいとする事業者も複数存在している。

ユーザーニーズに応え、多彩な情報の提供が新規メディアの普及発展に不可欠と考えるが、限られた周波数資源を有効活用し、編成・技術・運用上工夫を凝らすことにより、ユーザーの利便性を損なうことなく、可能な限り必要周波数を削減し、35MHzの帯域幅（但しガードバンドを内側に含む）を提案する。

Slide 8